

Actions et Communication pour promouvoir

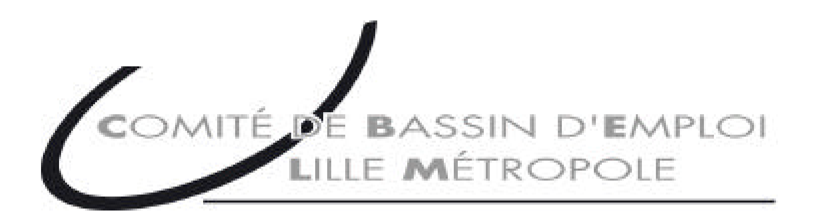
les mobilités professionnelles

et le développement des compétences

des salariés

sur un territoire ?





MARS 2008

Sommaire

- **Introduction**
- **Proposition de campagne de communication**
    - **Stratégie**
    - **Forme de campagne**
    - **Outils, Messages et Visuels**
- **De l'analyse des publics salariés à l'action de communication**
    - **Enseignements**
    - **Conditions pour la mobilité**
    - **Cibles**
- **Conclusion**



Introduction

Comment faire prendre conscience par les salariés des mutations et de la nécessité d'anticiper davantage les changements de métiers, emplois et entreprises ? Comment promouvoir les mobilités professionnelles ?
Quel peut être le contenu d'une campagne de communication vers les publics salariés ? Peut t'elle permettre de faciliter leur accès aux ressources existantes inscrites dans les lois et accords sur la formation tout au long de la vie?

Ces questions concernent spécifiquement nos territoires qui ont à considérer une forte présence à la fois, de publics de faible niveau de qualification, fragilisés, et, de secteurs d'activité, comme la distribution et l'automobile, caractérisés par de fortes mutations économiques.

Initiateurs de cette étude financée par la Direction Régionale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle et le Fonds Social Européen, les Comités de Bassin d'Emploi de Béthune et de Lille Métropole estiment nécessaire de renforcer l'accompagnement des publics ayant un emploi par les acteurs des territoires parce que :

- **Les territoires, entreprises et salariés ont à s'adapter aux changements**, qu'ils viennent d'évolutions technologiques, réglementaires, environnementales…

- **Notre tissu économique est de plus en plus constitué de petites entreprises**, celles-ci ayant moins de ressources internes pour accompagner les évolutions professionnelles et offrant moins de perspectives de promotion interne

- Le déficit de postes peu qualifiés pour de jeunes actifs peu formés comme les difficultés de recrutement de personnel qualifié peuvent trouver **des réponses par une mobilité interne des salariés**

- Les publics ayant des emplois caractérisés par de l'instabilité (CDD, intérim …) peuvent **accroître leur capacité à évoluer en mobilisant les moyens à leur disposition en tant que salarié**

La présente étude a été menée en associant les compétences d'un cabinet de communication, Résonance, et celles d'un cabinet de ressources humaines, BMV. Plusieurs réunions de travail menées tout au long de la démarche ont bénéficié de l'expérience d'acteurs comme les syndicats de salariés, les organisations d'employeurs, les Maisons de l'Emploi, l'ANPE, les CIBC, les organismes de promotion sociale, les Opca… .







Première partie

Proposition de campagne de communication

Stratégie . Forme de campagne

Outils, Messages et Visuels

La stratégie

Stratégie en deux temps:

1 -Mettre la personne en **situation de projet**

2 -Fournir le **mode d'emploi du parcours**

Objectif recherché :

Insister plus sur les possibilités d'évolution professionnelle **que** sur le changement d'entreprise ou de territoire

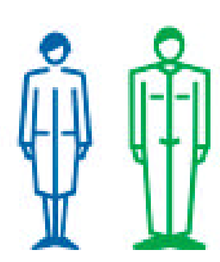


La forme

Une campagne de **lancement**

Une campagne **permanente**

Une campagne **d'opportunité**



Des outils **d'interpellation**

Objectifs :

- **permette aux cibles** de s'identifier et de se projeter dans un projet de “mobilité professionnelle“
- **permettre à l'entourage des cibles** (relais professionnels, famille, réseaux) d'inciter les cibles à se projeter dans un projet de “mobilité professionnelle“

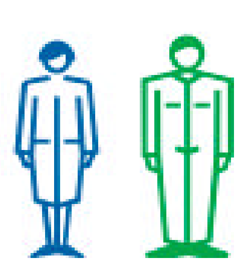
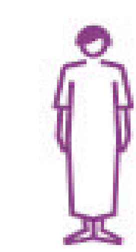
Affiches > panneaux Decaux

Affichettes > lieux accueil public

Déplianst > lieux accueil public

Annonces presse > presse locale, municipale, spécialisée

Spots radio > radio locale

La forme

La campagne de **lancement**

Des outils **d'information**

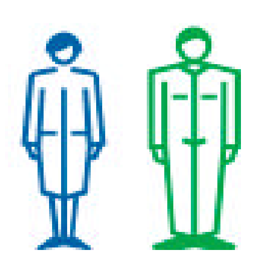
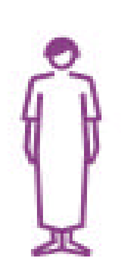
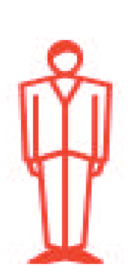
Objectifs :

- **permette aux cibles** de s'informer sur les ressources, les acteurs, les dispositifs
- **permettre aux relais** (relais professionnels, acteurs de l'orientation…) d'apporter la bonne information

Portail internet > mon**emploi**bouge.fr

Guide papier "mode d'emploi" > mon **emploi** bouge

Doivent permettre à la personne (**en fonction de son projet**) de se positionner et d'identifier les dispositifs et acteurs adaptés

La forme

La campagne **permanente**

Des outils **pour informer** et **motiver**

Diffusion récurrente des affiches, affichettes, dépliants

Achats d'espace pub dans journaux, gratuits et magazines (rubrique emploi)

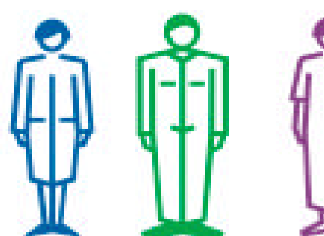
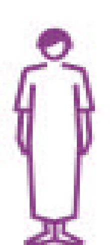
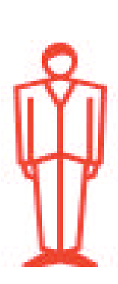
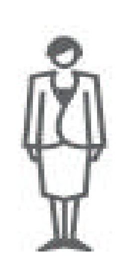
Diffusion permanente du "mode d'emploi" par :

- Les employeurs (entretiens annuels)
- Les interlocuteurs des salariés en entreprise
- Les acteurs de la formation et de l'orientation

Internet

Newsletter : Diffusion de témoignages, Bourse aux opportunités, infos sur dispositifs

Quizz « quel est mon projet **»**

La forme

La campagne **d'opportunité**

Des outils pour toucher le public **là où il va**

Totem Pour être visible dans les salons et manifestation sur l'orientation et la formation

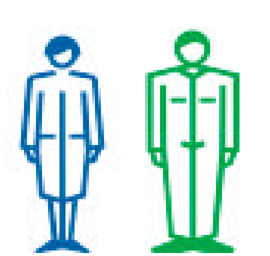
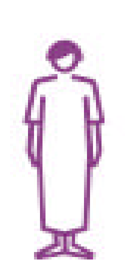
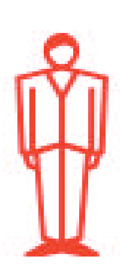
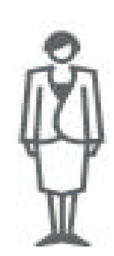
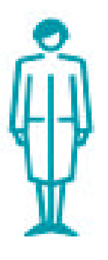
Des outils pour toucher le public **là où il cherche**

Bannières web > portail mon**emploi**bouge.fr sur sites de partenaires

Référencement et création de **liens partenaires**

Des outils pour l'amener **là où il peut trouver l'info**

Manifestations dans les Maisons de l'emploi

Affiche - annonce presse




L'objectif
Constat rassurant
identification
Vous avez déjà un métier ?
Faites évoluer votre emploi !
Pour une meilleure rémunération,
la valorisation de vos compétences,
l'amélioration de vos conditions de travail,
l'évolution de vos qualifications...
La motivation
Toutes les infos sur :
www.monemploibouge.fr
Vous y avez droit.
La facilité
Le moyen

Affiche - Annonce presse



Affiche - Annonce presse



Affiche - Annonce presse



Affiche - Annonce presse





Annonce presse



Affichette - Annonce presse



Affichette - Annonce presse



Annonce presse

Le contenu
et la forme
des messages



INDUSTRIES

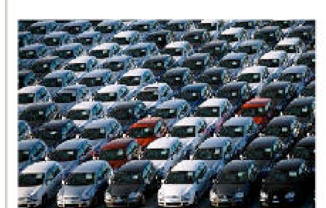


Rapprochements et rachats chez Tereos

Le groupe sucrier Tereos et la Société des Sucreries du Marquenterre projettent de se rapprocher pour optimiser leurs activités sucrières respectives. Au terme de ce projet, soumis à l'avis des différents comités d'entreprises, Tereos reprendrait l'activité de la sucrerie de Marconnelle et celle de la son dispositif dans l'activité betteravière régionale. Le groupe s'apprête dans le même temps à se hisser au 3ème rang de l'amidonnerie-glucoserie européenne en procédant, par le biais de sa filiale Syral, à l'acquisition de cinq usines de transformation de céréales en amidon et en glucose, appartenant au groupe britannique Tate and Lyle.

Nouveau rachat pour le groupe Mäder

Rohm and Haas Company a conclu un accord définitif de cession de sa branche "European Automotive Coatings", comprenant le site de production de Strullendorf en Allemagne, au Groupe Mäder, fabricant indépendant lillois de revêtements à forte composante technologique, leader dans son activité. La branche "European Automotive Coatings" produit une gamme complète de peintures destinées au marché automobile, constructeurs et équipementiers, particulièrement axée sur les revêtements à base d'eau pour l'intérieur. Elle propose également des revêtements techniques destinés aux marchés de l'industrie générale et des supports optiques de communication. "Nous pensons conserver l'organisation actuelle du site de Strullendorf et tablons sur une transition douce entre Rohm and Haas et Mäder ; nous percevons des synergies fortes qui nous permettront de concrétiser nos ambitions dans les secteurs automobile, supports optiques de communication et cosmétique. Nous aurons désormais deux entités en Allemagne, capables de répondre aux besoins de nos clients : Walter Mäder Aqualack GmbH, basée à Dusseldorf pour les peintures sur métal, et Mäder Plastilack GmbH, basée à Strullendorf, pour les peintures sur plastiques", a expliqué de Marconnelle et celle de la société de transport GCTP situées à Hesdin (Pas-de-Calais). La société des Sucreries du Marquenterre reprendrait, quant à elle, la participation de 50% détenue par Tereos dans la Société franco-roumaine de sucrerie, qui exploite l'usine de Ludus en Roumanie. Par cet accord, Tereos complète récemment Jean Le Guern, directeur général du groupe Mäder. C'est l'un des principaux fabricants européens de revêtements techniques destinés à diverses industries et en particulier aux secteurs ferroviaire, automobile et aéronautique. Son chiffre d'affaires annuel, qui a été multiplié par 7 depuis 1997, est actuellement de 120 millions d'euros.



Maintien de l'activité industrielle régionale

Selon la dernière étude publiée par la Banque de France, l'activité industrielle régionale s'est stabilisée sur les niveaux atteints en avril, en amélioration sur un an. La production dans les biens d'équipement progresse encore sur le mois. L'industrie automobile se stabilise après la légère hausse enregistrée le mois dernier. Dans les industries agroalimentaires et des biens de consommation, l'activité se maintient. Seuls les biens intermédiaires connaissent un ralentissement plus ou moins accentué selon les secteurs. Le taux d'utilisation des capacités de production de l'industrie régionale est toujours élevé. Toutefois, quelques branches des biens de consommation ou des biens intermédiaires ainsi que certaines industries agro-alimentaires, actuellement en saison creuse, affichent des niveaux assez bas. Les stocks de produits finis apparaissent généralement bien adaptés à l'activité actuelle. **La demande globale, en hausse sur un an, atteint des niveaux très satisfaisants sur l'ensemble des marchés.** Toujours selon la Banque de France, la situation des carnets est toujours appréciée favorablement par les chefs d'entreprise. Les plans de charge sont particulièrement étoffés dans les biens d'équipement, satisfaisants dans les autres secteurs industriels mais insuffisants dans l'industrie automobile. Une amélioration plus ou moins marquée de l'activité est attendue dans



Le pôle papier carton se renforce encore dans l'Audomarois



Le pôle papier carton, déjà fortement ancré dans l'Audomarois, se renforce dans le pays de Saint-Omer, avec la création d'Eltete France. Cette nouvelle entité, située à Tatinghem, est le fruit d'une association entre la société finlandaise Eltete, spécialisée dans la fabrication d'éléments d'emballage et de transport en cartons, et les Cartonneries de Gondardennes. C'est la première implantation en France pour l'entreprise finlandaise, qui dispose de onze sites de production en Europe et en Extrême-Orient. Cette localisation dans la pays de Saint-Omer permet à Eltete de se rapprocher de ses marchés anglais, belges, luxembourgeois, et français, dont Arc International et Arcelor. Les cartonneries de Gondardennes est une SA spécialisée dans la plaque de carton ondulée sous toutes ses formes. Elle est le premier fournisseur en France dans son activité et livre tous les jours dans divers pays d'Europe.

La nouvelle société Eltete France ambitionne un chiffre d'affaires de 6,3 millions d'euros à quatre ans, réalisé avec un effectif de 50 salariés (18 à ce jour)

De son côté, la Sical, filiale du groupe Rossman (cartonnerie, papeterie, département plastique), a investi dans un outil de gestion logistique par codes barres novateur et rigoureux. Destiné aux stocks de produits finis, il permet de gérer les stocks clients à la palette. Le Nord/Pas-de-Calais est la première région papetière de France. Ce secteur emploie près de 2300 personnes dans le Pays de Saint-Omer, soit 25% des effectifs pour 50% de la production régionale.



Annonce presse



Lille : capitale de la RSE

Ludovic FINEZ

"Nous ne sommes pas naïfs, Il faudra du temps"

"Dénicher les talents de demain qui nous permettront d'assurer notre développement." Voilà comment Philippe Carli, PDG de Siemens France, résume les enjeux de la diversité en entreprise, qui a servi de fil rouge à la première édition de ce Forum mondial.



Shirin Ebadi, prix Nobel de la paix 2003.

"Nous ne sommes pas naïfs, nous savons qu'il nous faudra du temps et de la patience", prévient Philippe Vasseur, qui insiste cependant sur les initiatives déjà en cours, qui prouvent [que mettre en place la RSE est possible et même profitable à long terme". Poids lourds nés dans la région, Lesaffre et Auchan (qui a signé la charte de la diversité en 2006) ont témoigné lors de la séance de clôture du Forum. On rappellera, parmi beaucoup d'autres, l'intervention de Nicole Notat, créatrice de l'agence de notation sociale et environnementale Vigeo, du britannique Guy Ryder, secrétaire général de la Confédération syndicale internationale, de l'universitaire américain Brian Nosek, qui a mis au point un test censé débusquer les a priori inconscients sur la diversité, etc. Au chapitre des interventions fortes, il y a bien sûr celle de Shirin Ebadi, avocate iranienne, prix Nobel de la Paix 2003. Evoquant les nombreuses atteintes aux Droits de l'Homme dans son pays et au Moyen-Orient en général, elle a aussi réaffirmé son opposition à l'intervention.

Délits d'initiés, stock-options, parachutes dorés... Le monde de l'entreprise n'a pas toujours les honneurs de la presse pour de bonnes raisons. Philippe Vasseur est le premier à condamner *"l'attitude de certains dirigeants qui n'ont pas de morale"*. Il place le Forum mondial de l'économie responsable, qu'il préside et qui a tenu sa première édition à Lille du 23 au 25 octobre, aux antipodes de ces pratiques, résumant ainsi le concept de RSE (responsabilité sociale et environnementale) : *"Améliorer les performances de l'entreprise tout en respectant la personne et l'environnement"*. *"La RSE revient à réfléchir au rôle et aux responsabilités de l'entreprise"*, ajoute Geert Demuijnck, directeur du Centre de recherche en éthique économique de l'Université catholique de Lille, et animateur du collège d'experts de ce Forum. Thème choisi cette année : *"la diversité et l'égalité des chances pour l'emploi"*. Selon Geert Demuijnck, le comité a refusé les *"discours idéologiques"* : ses membres "sont des universitaires, mais ayant aussi un lien avec le monde de l'entreprise. Ils ont un esprit critique mais ne se basent pas sur des a priori négatifs à propos des entreprises. Nous comprenons leurs contraintes de rentabilité et leur environnement concurrentiel."



Philippe Vasseur, Président de l'association Alliances pour la responsabilité sociale et environnementale.

"Nous ne sommes pas un contre-Davos"

L'initiative comptera au moins quatre éditions, avec des rendez-vous déjà programmés pour octobre 2008 ("Nourrir et protéger la planète"), octobre 2009 ("Les finances responsables et solidaires") et, en octobre 2010, une convention pour adopter un Manifeste mondial de l'économie responsable. *"C'est une opération très ambitieuse, qui se veut très internationale"*, clame Philippe Vasseur. Le budget, un million d'euros est apporté par des grandes entreprises et des collectivités. *"Nous ne sommes pas un contre-Davos, nous ne voulons pas prendre modèle sur qui que ce soit"*, prévient-il. Pour lui, le mérite principal de l'opération est de *"multiplier les exemples de bonnes pratiques, montrer en quoi c'est une bonne pratique, pourquoi c'est transposable, en faire un levier par effet de contagion"*. Pour cette première édition et les suivantes, le témoignage a donc une place importante. L'initiative de l'usine automobile Sevelnord (Lieu-Saint-Amand), pour ouvrir ses métiers aux femmes[1], a ainsi été présentée. En 2004, Sevelnord comptait 9% de femmes dans ses effectifs en CDI et pratiquement aucune chez les intérimaires. Aujourd'hui, elle emploie globalement 13% de femmes, avec des différences notables : 7% parmi les ouvriers en CDI et 33% pour le personnel temporaire.

Entre temps, une communication a été menée auprès d'établissements scolaires, de l'ANPE et des agences de travail temporaire. *"Nous sommes persuadés que la complémentarité entre hommes et femmes est un plus, ne serait-ce que pour l'équilibre social"*, commente Betty Vergote-Przybylski, qui travaille aujourd'hui à la Française de Mécanique situé à Douvrin mais qui a piloté le dossier chez Sevelnord.

"de la banque et de la finance, on voit peu de gens d'origines ethniques différentes".

La diversité en entreprise : c'est ce thème qui a été retenu pour la première édition du Forum mondial de l'économie responsable, à Lille le mois dernier. L'initiative, lancée pour au moins quatre éditions, accorde une large place au témoignage sur les "bonnes pratiques" des uns et des autres.

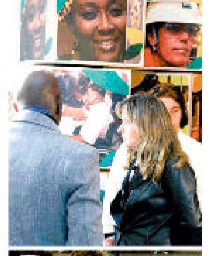


Certes, les efforts à mener seraient encore importants. Certains métiers, comme le travail de la tôle, restent quasi-exclusivement masculins. La vitesse à laquelle les mentalités ont changé a cependant *"étonné"* François Girardot, directeur des ressources humaines. Selon lui, envisager de confier à une femme un poste autrefois occupé par un homme *"ne pose plus aucun problème"* dans l'usine. Les aménagements de postes pour en atténuer la pénibilité, même s'ils ne sont pas menés dans ce but, favorisent la féminisation. *"Il faut encore travailler sur la communication à l'extérieur, pour convaincre les femmes que des carrières existent pour elles dans l'automobile"*, remarque pour sa part Betty Vergote-Przybylski.

"La RSE n'a rien à voir avec la philanthropie"

Les organisateurs du Forum mondial - et le premier d'entre eux, l'association Alliances pour la responsabilité sociale et environnementale, présidée par Philippe Vasseur - tiennent à l'image d'une RSE accessible aux PME. Alliances a parmi ses missions d'accompagner les PME dans cette voie : petit-déjeuner de sensibilisation, diagnostic en entreprise, ateliers d'approfondissement... On y discute intégration de publics différents, achats responsables ou éco-construction. Exemple de réflexion : *"Soit je suis dans une logique de prix et je change de fournisseur tous les six mois, soit je me positionne sur le prix, la qualité et la RSE, résume Didier Peillon. La RSE suppose un engagement plus long avec le fournisseur."* Danielle Hardy, à qui Didier Peillon passe actuellement le relais de l'accompagnement des entreprises chez Alliances, insiste : *"La RSE n'a rien à voir avec la philanthropie. De plus en plus de dirigeants d'entreprises comprennent que le développement durable et la RSE ne sont pas uniquement des contraintes mais aussi une source d'opportunité."* Parmi les raisons, la sensibilité de plus en plus forte des consommateurs à ces thématiques. Reste que la RSE ne peut se contenter d'actions ponctuelles. *"Une entreprise qui fabrique un produit bio ne peut pas se ficher complètement [des qualités écologiques] de l'emballage"*, détaille Geert Demuijnck.

(1) Le programme développé à Sevelnord est une déclinaison de celui de sa maison mère, le groupe PSA.





Plus de 2 000 participants du monde entier, la plupart issus du secteur de l'entreprise, se sont retrouvés à Lille du 23 au 25 octobre pour débattre de leurs bonnes pratiques en matière de diversité et d'égalité des chances.

En 2004, Sevelnord comptait 9% de femmes dans ses effectifs. Aujourd'hui, elle emploie globalement 13% de femmes.

ISO 26000

Voilà comment s'appellera la norme internationale, en cours d'élaboration depuis 2005, sur la responsabilité sociétale des entreprises. Au comité d'experts du Forum mondial lillois, figure Annette Kleinfeld, membre du Comité directeur de l'EBEN (European business ethics network), par ailleurs membre de la délégation allemande travaillant sur cette norme.

L'ISO 26000 balaiera aussi bien la protection de l'environnement que les droits de l'Homme ou la protection des consommateurs. La norme, qui en est à sa troisième version de travail, devrait être publiée en 2009. Précision importante : contrairement à d'autres, l'ISO 26000 n'est pas pensée pour la certification. Elle contiendra en effet des principes et non des obligations.

Le contenu
et la forme
des messages

Annonce presse

“Mon mari
change d’emploi ;
je suis rassurée !”

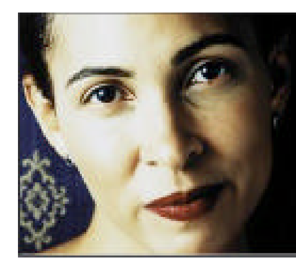
CHANGER MON
EMPLOI
j’y ai droit !

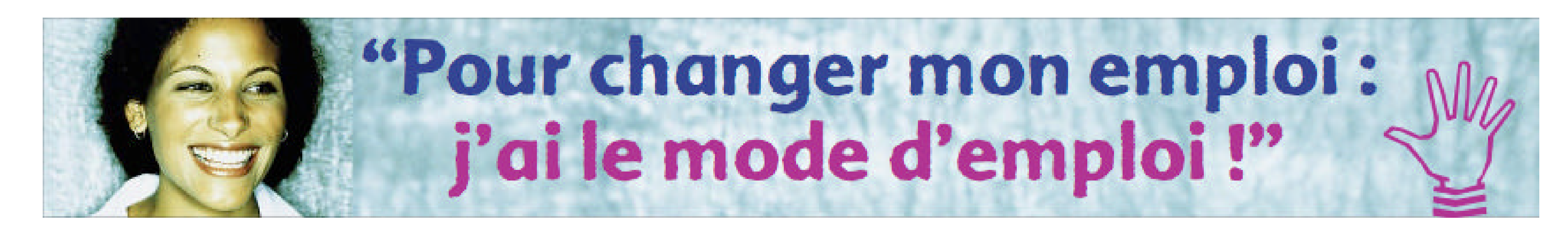
Voici le mode d’emploi :

Toutes les infos sur :
www.monemploibouge.fr



Bannière WEB





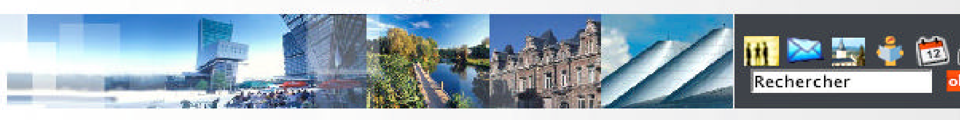


Bannière WEB

vendredi 21 mars 2008 **Matin : 3°C Après-Midi : N/A**

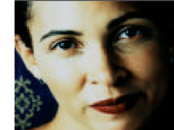
Plan du site | Presse | Contact | EN | FR





Communauté Urbaine | International | Sport | Culture | Pratique | Développement | Déplacements | Habitat | Tourisme | Déchets | Eau

Vous êtes ici : Accueil > Développement > Développement économique > Une ambition européenne




Actualités

Développement économique
- Carrefour de développement
- Stratégie économique
- Secteurs stratégiques du territoire
- Pôles de compétitivité
- Cinq Grands Parcs d'Activités , pôles d'excellence et de développement
- Accompagnement des entreprises

Aménagement urbain

Conseil de développement

Nouvelles technologies, recherche

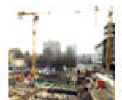
L'Agenda 21 de Lille Métropole

La démarche MIEL 21

Le développement durable en six films pédagogiques

Les aires d'accueil des gens du voyage

A lire dans la rubrique



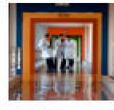
> Carrefour de développement
Pour assurer son développement, Lille Métropole dispose de toutes les compétences et infrastructures nécessaires : services de transport, offre logistique, tissu d'entreprises dense, formation, recherche, disponibilités foncières...



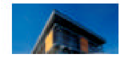
> Stratégie économique
Depuis le 1er janvier 2002, Lille Métropole Communauté Urbaine, au nom de ses 85 communes, détermine les grands axes de la politique économique du territoire et coordonne les projets structurants, accueille les entreprises et les accompagne dans leurs projets d’implantation et de développement. Cette fonction d’animateur s’appuie sur la relation étroite avec les communes membres et les maires.



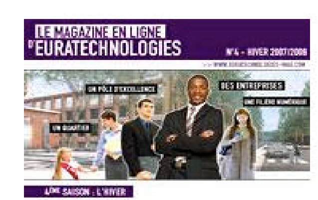
> Secteurs stratégiques du territoire
Depuis le 1er janvier 2002, LILLE METROPOLE COMMUNAUTE URBAINE, s’est engagée, aux côtés des acteurs privés et publics, dans une démarche de structuration et de promotion des secteurs d’activités économiques prioritaires et déterminants pour l’avenir. Cette dynamique est entretenue, avec la préoccupation permanente d’un développement harmonieux et équilibré des territoires qui la composent.



> Pôles de compétitivité
Pour favoriser l’innovation sur l’ensemble du territoire national, gage de compétitivité internationale et d’attractivité, l’Etat a lancé, lors du Comité Interministériel d’Aménagement et de Développement du Territoire, (CIAD)du 14 septembre 2004, un appel à projets visant l’émergence de «pôles de compétitivité» d’envergure faisant coopérer, en réseau, des entreprises, des unités de recherche et des centres de formation autour de projets innovants.



> Cinq Grands Parcs d'Activités , pôles d'excellence et de développement
5 grands projets d'envergure...



Avec l'arrivée de l'hiver, la 4ème édition de votre magazine met les entreprises EuraTechnologies à l'honneur et vous fait entrer dans les coulisses d'une mission économique : Dubaï.

Ce nouvel épisode sera aussi l'occasion de découvrir le paysage à venir, de mieux connaître l'incubateur dédié à la création d'entreprises TIC et de partir à la rencontre de salariés d'EuraTechnologies qui ont choisi d'habiter le « quartier » !

Meilleurs voeux pour cette nouvelle année et **bonne navigation !**



Brèves

Aucune brève.

Totem salons





"Au salon de l'étudiant,
il y a surtout des parents…"



Deuxième partie

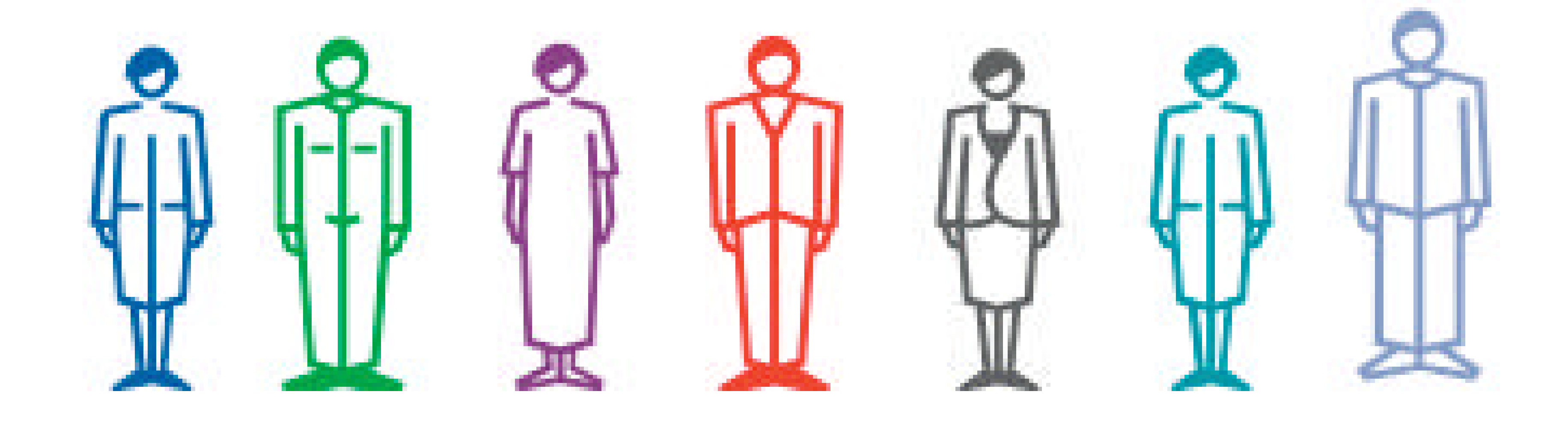
De l'analyse des publics salariés

à l'action de communication

Enseignements

Conditions pour la mobilité

Cibles



Les enseignements de l'étude

La proposition de campagne de communication a été réalisée à partir notamment d'une étude sur "la mobilité professionnelle du point de vue des salariés" disponible depuis octobre 2007** et réalisée **par

BMV & ASSOCIÉS

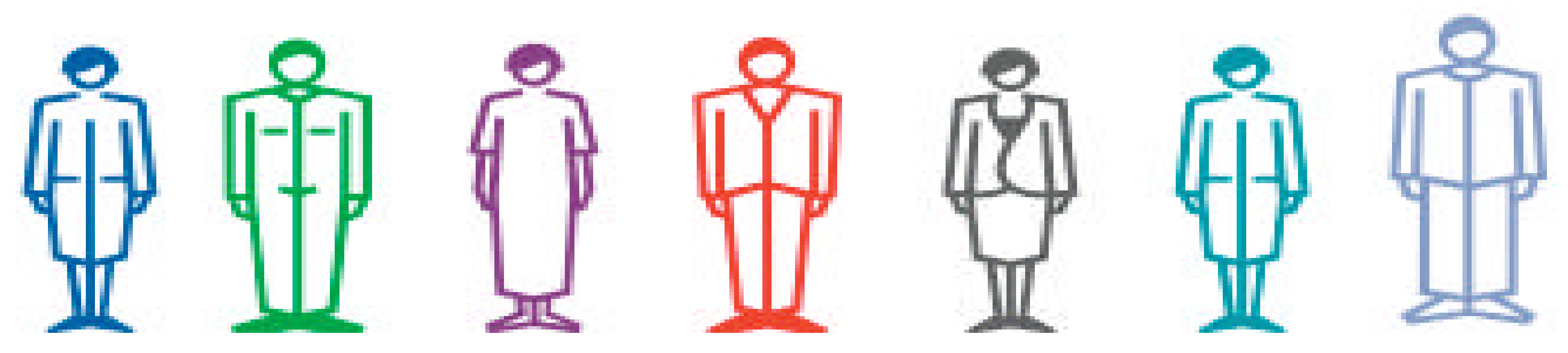
Les contenus qui suivent sont extraits de cette étude des perceptions, attentes, situations et trajectoires des salariés qui a reposé sur :

- l'analyse de 10 parcours de vies atypiques

- l'organisation de 4 ateliers collectifs d'écoute :

> ***demandeurs d'emplois***
> ***salariés précarisés dans leur emploi, dans leur métier***
> ***salariés "installés" dans l'emploi***
> ***employeurs***

- des entretiens individuels avec des salariés



Ne me parlez **plus de mobilité** professionnelle



conclusions

La notion de mobilité est immédiatement perçue comme:

Un éloignement du lieu de travail
par un mode de transport
ou une technologie de communication

La mobilité subie.
Obligation de changer de métier
Obligation de changer de lieu de vie

Rarement comme un outil d'évolution professionnelle par la reconnaissance des compétences









Avoir un emploi… avoir un métier

Je travaille chez… **Je suis…**

conclusions

Une partie des salariés se défini par le fait d'avoir un emploi

> Le projet de mobilité visera d'abord à trouver un **meilleur emploi** ou améliorer les conditions de cet emploi

Une partie des salariés se défini par le fait d'avoir un métier

> Le projet de mobilité visera d'abord à **mieux exercer son métier**

Autres enseignements de l’étude

Des a priori… écartés

Incapacité du public à utiliser internet

> ***Faux*** *mais vite perdu sur la toile*

Absence d’information sur les dispositifs et les droits

- ***Vrai.*** *Il manque le mode d’emploi*
- ***Faux*** *quand on sait quoi demander ou chercher*

Manque d’outils d’aide (VAE, DIF, Bilan de compétence…)

- ***Faux*** *mais mal utilisé*

La mobilité est toujours imposée

- ***Faux*** *mais ne peux réussir q’avec un projet personnel*

Les employeurs font blocage

- ***Faux*** *car ce n’est pas leur intérêt de s’entourer de collaborateurs non motivés*
- ***Vrai.*** *Pour petits employeurs. Perte de compétences*

Autres enseignements de l'étude

Stratégie ouverte ou cachée

En fonction de la taille, de la filière de l'employeur et **du projet** de la personne
Les démarches pour l'utilisation des droits à la formation ou au bilan de compétences seront déclarées (entretien individuel) **ou cachées**

Le portail et le guide “mode d'emploi“ devront en tenir compte

Un lieu sur chaque territoire

L'existence d'équipements type **maison de l'emploi** sur un territoire facilite l'accès à l'information

Mais le salarié utilisera en priorité internet et se rendra dans un équipement sur son territoire d'habitation

Les 5 conditions requises pour faciliter une mobilité

Une mobilité choisie > inscrite dans un **projet personnel**

Amélioration des conditions de l'emploi

- Mieux payé, plus pratique, reconnaissance de compétence

Compatible avec le mode de vie et le lieu de vie

- Famille (organisation, écoles, transport)
- Implication locale (réseaux association…)
- Attachement au territoire (racines, peur de l'inconnu…)

Limitation de la prise de risque

- avoir trouvé avant de quitter
- congés ou formation rémunérée

Accès aux opportunités d'emploi

- opportunités en interne de l'employeur
- opportunités sur le bassin d'emploi
- opportunités dans le métier

Les conditions requises pour faciliter une mobilité

Une mobilité choisie

> inscrite dans un **projet personnel**

Témoignages

Moi, je suis fonctionnaire**. Tous les 3 ans, je change d'emploi…**

La mobilité doit être une décision personnelle, pas imposée, sinon on le vit mal…

Je ne serai pas cariste toute ma vie. Il faut changer ne pas rester toujours dans la même entreprise pour évoluer…

J'accepterais d'être embauché, de perdre en salaire, **si** j'ai la possibilité d'évoluer dans cette entreprise …

Je cible le secteur de l'industrie car les horaires de travail sont compatible avec ma vie familiale…

J'ai toujours rêvé d'être routier ! Après 20 ans comme employée dans le textile, des plans sociaux sans fins, **j'ai décidé de devenir** chauffeur de bus…

Même imposée, la mobilité ne peut réussir que si la personne se donne un projet

Les conditions requises pour faciliter une mobilité

Une amélioration des conditions de l'emploi

Témoignages

Je ne me vois **pas faire le même boulot** pendant 40 ans. J'aurai peur de m'ennuyer…

j'avais pas besoin de **mon BAC pour mettre en rayon**…

J'accepterais d'être embauché, de **perdre en salaire, si** j'ai la possibilité d'évoluer…

Les **horaires sont incompatibles** avec ma vie de famille…

Les enfants sont casés, on peut de nouveau penser à nous, prendre des risques pour un **emploi plus motivant…**

Une entreprise s'implantait **près de chez moi**, j'ai tout fait pour y aller…

Il n'y a pas que le salaire, la qualité, la proximité, l'environnement comptent aussi

Les conditions requises pour faciliter une mobilité

L'attachement **au lieu de vie** et **style de vie**

Témoignages

Une entreprise s'implantait **près de chez moi**, j'ai tout fait pour y aller…

Il n'y a pas que le boulot, il y a le quartier, l'école des enfants, la famille à proximité…

On a fait construire, on est **pas prêt de partir…**

Si c'est pour passer **tout son temps en transport** !

Ce qui me motive, c'est le sport…

J'ai préféré ce poste moins payé mais **qui me rapprochait de ma famille…**

Il faut être disponible pour être mobile. Il y a des limites. Les distances, **ce n'est pas compatible** avec la vie familiale, les enfants…

On constate une réelle "viscosité" au territoire.

Les conditions requises pour faciliter une mobilité

Disposer d'une **marge de sécurité**

Témoignages

Si c'était à refaire, j'irais plus vite. **Je n'attendrais pas qu'on me l'impose**…

J'aurais sans doute **dû anticiper** davantage pendant ma première partie de carrière…

Je resterais dans le même métier, **je ne changerais pas** car ça désoriente…

Tout le monde le sait quant une entreprise va mal, mais **on préfère attendre**. Montrer **la moindre initiative c'est risquer** de faire partie de la première « charrette »…

Il faudrait que l'on soit **informés de nos droits…**

Si je montre que je veux évoluer dans mon métier, le patron ne va pas apprécier… il ne peut rien me proposer !

On constate un manque d'information sur les droits et les dispositifs.

Les conditions requises pour faciliter une mobilité

Accès aux **opportunités** d'emploi et de formation

Témoignages

Dans la fonction publique, tout le monde à accès aux nouvelles propositions de postes. **Mon mari est cadre dans l'industrie, 17 ans à la même fonction !** Dans son entreprise, il découvre un recrutement quant le nouveau est présenté ! Pour s'informer du marché de l'emploi, il doit se cacher.

Dans toutes les entreprises, il devrait y **avoir des informations** sur ce qui se passe, où, dans quels secteurs ça bouge... »

On est sous estimé parce qu'on reste toute sa vie à un même poste, qu'on nous refuse les formations,

Les métiers évoluent, on doit évoluer aussi. On est comme des outils, mais même les machines ça s'entretient !

Il devrait être écrit dans le règlement intérieur, que **chaque personne doit penser à sa mutation professionnelle**

L'usage de l'entretien individuel annuel n'est pas assez utilisé

Le public à viser par la campagne de communication

Le cœur de cible

Salariés, employés **à potentiel d'évolution**
installés dans l'emploi
installés dans la vie
35 /50 ans

Le public à viser par la campagne de communication

Les cibles prioritaires

Salariés **à potentiel d'évolution**

Installés dans l'emploi

Fragilisés (entreprise ou métier)

Les petits **employeurs**

Le public à viser par la campagne de communication

Cible prioritaire 1

Salarié à potentiel d'évolution installés dans l'emploi

Personne disposant d'un emploi ou d'un métier **dans un secteur non menacé** et bénéficiant d'un contrat de travail satisfaisant

Souhaitant maintenir les conditions de son emploi ou les faire évoluer

Objectif :
Inciter cette personne à **se positionner**
dans un projet d'évolution professionnelle
pouvant déboucher sur une "mobilité

Le public à viser par la campagne de communication

Cible prioritaire 2

Salarié à potentiel d'évolution mais fragilisé

Personne ayant un emploi ou un métier **dans un secteur menacé** tout en bénéficiant d'un contrat de travail satisfaisant

Souhaitant maintenir les conditions de son emploi ou en trouver d'équivalentes

Objectif :
Inciter cette personne à **se positionner dans un projet** d'évolution professionnelle débouchant i**mpérativement**
sur une "mobilité" interne (emploi fragilisé)
ou externe (filière ou métier fragilisés)

Les enseignements de l'étude

Le public à viser par la campagne de communication

Cible prioritaire 3

Employeurs (petite structure) - de 250 salariés

La majorité des employeurs présents sur les deux bassins d'emploi

Dont la taille ne permet pas toujours de
- Disposer d'un service RH
- Proposer des évolutions professionnelles en interne

Objectif :
Les inciter à **utiliser les outils de GPEC** (entretiens annuels) au profit de salariés et de leur entreprises

Le public à viser par la campagne de communication

Les cibles non retenues

Gros employeurs + de 250 salariés

Équipés en RH, opportunités interne ou dans le groupe

Les jeunes

Diplômés, entrant sur marché du travail > notion de mobilité acquise
(utilisés comme **relais de motivation** auprès des parents)

En difficulté d'insertion > mobilité apportée par accompagnement

Publics fragilisés

Demandeurs d'emplois, travailleurs handicapés, public en insertion
> mobilité apportée par accompagnement

Interim subi

**Mais l'objectif de la campagne
est de leur faire de la place
par la libération de postes
suite à une évolution professionnelle du titulaire**

Conclusions

- Reconnaissance du besoin **d'accompagnement des salariés hors de l'entreprise** dans les territoires
- Nécessité d'inciter les salariés à **se donner une perspective** d'évolution professionnelle
- Dynamique impulsée à partir de **salariés ayant un potentiel d'évolution**
- Validation de l'intérêt **d'une action de communication** à destination des salariés.
- Adaptation à **des trajectoires** avant tout **individuelles**
- Intégration de la nécessité de **rassurer et** de **sécuriser** les transitions
- **Impacts indirects et complémentarités** (à renforcer et à susciter) avec :
  - les dispositifs mis en place au sein des entreprises
  - les dispositifs des demandeurs d'emploi
- **Nécessaire prise en compte** des **:**
  - aspirations de fidélisation des entreprises
  - garanties, ressources… collectives mobilisables par les salariés
  - salariés de faible niveau de qualification et formation
  - luttes nécessaires face à la flexibilité et à la précarité abusives



Resonance. Bernard Fautrez
35 A. Gustave Delory - 59100 Roubaix
Tél. 03 20 20 07 40
Reso@nordnet.fr



Anne-Catherine Delvinquière & Yves Lacomblez
BMV & Associés
3, rue du Palais de Justice 59000 LILLE
Tel : 03 28 38 96 97 Fax : 03 20 78 11 76
www.bmv-associes.fr



150 rue du Fontenoy
59100 Roubaix
Tél: 03.59.30.67.30
E-Mail: cbe@cberlille.org
www.cbelille.org



Centre Jean Monnet II
Place de l'Europe
Entrée A
Tél: 03.21.54.38.26
E-Mail: contact@cbe-bethune.fr
www.cbe-bethune.fr

Téléchargement possible de ce document sur les sites Internet indiqués ci-dessus et de l'étude complète sur "la mobilité professionnelle du point de vue des salariés" - BMV / - octobre 2007".



Ces travaux ont été réalisés grâce au soutien financier de :

